

Programa nacional por la lectura. Aproximación a un análisis desde la comunicación

*National program for reading.
Approximation a communication
from an analysis*

Lic. Danays D. Perera López

Resumen: Se realiza un análisis, desde los conceptos que brinda la comunicación para el desarrollo, sobre la importancia que tiene el Programa Nacional por la Lectura, que logró, y aún lo hace, un diálogo de saberes institucionales para la participación de numerosas organizaciones, tanto gubernamentales como de la sociedad civil, en acciones, estrategias y proyectos, relacionados con la lectura, en medio de una situación socio económica difícil en nuestro país.

Palabras clave: comunicación social; programa de lectura; participación; producción editorial; proyectos sociales, cultura.

Abstract: *An analysis is made, by using the concepts of communication for the development, about the importance that has the Reading National Program that achieved, and still makes it, a dialogue of institutional knowledge for the participation of numerous organizations, governmental as well as from the civil society, in actions, strategies and projects, related with the reading, amid the social and economic difficulty that lived our country at that time.*

Keywords: *social communication; reading program; participation; editorial production; social projects; culture*

Introducción

Desde tiempos remotos el hombre sintió el deseo de comunicarse mediante la palabra escrita y, por ende, de la lectura. Con la invención del papel, este hábito devino un lujoso entretenimiento para unos y profunda necesidad espiritual, para la adquisición de conocimientos y de libertad para otros. (Perera, 2001).

La campaña de alfabetización desarrollada en Cuba y los posteriores planes para alcanzar superiores niveles de enseñanza (6to grado, primero y 9no después) provocó una alta demanda de libros y revistas provenientes de las imprentas de todo el

Lic. Danays D. Perera López: Especialista Principal. Grupo Atención a Sociedades Científicas. Academia de Ciencias de Cuba. Maestrante xiv Edición de la Maestría en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana. Cuba. danays@academiaciencias.cu

país. Recordemos que antes del triunfo de la Revolución, casi un millón de cubanos eran analfabetos, cifra que se redujo, considerablemente, luego de la Campaña de Alfabetización. (Matute, 2001) Veintinueve años después de esta campaña sin precedentes, pues en América Latina se produjeron intentos de alfabetización, pero no con las dimensiones de “Campaña Nacional” desarrollada por la Cuba revolucionaria en 1961 (Schiefelbein, *et al.*, 1983), sobrevino en los 90, el llamado Periodo Especial, y con éste la depresión de la producción editorial, como parte del escenario por el que atravesaba la Isla. Es en ese momento en que el Ministerio de Cultura presenta una estrategia conocida como *Programa Nacional por la Lectura* que se proponía, entre otros aspectos, buscar alternativas para las producciones de libros, así como diseñar acciones que evitaran la pérdida del alto nivel cultural de la población cubana.

De igual manera, el Programa contaba con dos objetivos relacionados con la comunicación, por un lado lograr la incorporación activa y creadora de la comunidad, y el otro, que la familia se involucrara con las acciones del Programa, así como propiciar la activa y creativa participación de los medios de comunicación en el desarrollo del Programa Nacional por la Lectura, conservándose como un legado perenne e histórico

Tomando como referencia dos acciones del Programa, se propone una aproximación a un análisis sobre esta experiencia aquel que abordan la comunicación social y la participación.

Programa Nacional por la Lectura. Estrategia de comunicación.

El Programa Nacional por la Lectura estuvo coordinado, desde sus inicios, por los Ministerios de Cultura y el de Educación de Cuba, teniendo entre sus principales entidades coordinadoras esta la Biblioteca Nacional de Cuba “José Martí”.

Este programa logró, si lo vemos desde la perspectiva de la comunicación, es una estrategia de participación social, en tanto se unieron, en pos de solucionar esta problemática sobre la lectura en el país, actores de varios Organismos de la Administración Central del Estado y de Organizaciones de la Sociedad Civil Cubana, con una clara política de participación, en tanto estaba manifiestamente definido cómo, cuándo y para qué se requería de los actores.

El problema estaba claro y se evidenció desde dos situaciones:

- La depresión de la producción editorial, derivada a raíz de la desaparición del campo socialista y,
- El acelerado desarrollo e introducción en el país de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), que esbozaban polémicas tales como: ¿dejará de existir el medio impreso?; ¿qué afectaciones traerá la masiva introducción de las TICs? Se debe tener presente que Cuba, después del 59, fue un país de lectores, situado por encima de muchos países desarrollados, en producción editorial.

La estructura de participación fue otro de los elementos que intervinieron en la realización de la campaña y estaba dividida en:

- Programas Ramales
- Programas Territoriales
- Programas Especiales

Estos programas se desarrollaban bajo ciertas premisas, predominando una importante dimensión para su estrategia comunicacional: la cultura. A decir de Graziella Pogolotti la cultura “...le da sentido al cuerpo de la nación, algo muy importante en los momentos actuales”¹; es por esto importante asumirla desde todos los procesos concebidos para su constante interacción evaluativa en los programas que se proponen. Las premisas que se propusieron se identifican a partir de la dimensión Cultura entre las que cabe destacar las siguientes:

- Se elaboran a partir de un diagnóstico que tiene en cuenta los antecedentes histórico-culturales de cada lugar, sus tradiciones, las características específicas en el orden social, económico y cultural en general.
- A partir de esta fase preliminar y teniendo en cuenta las fortalezas, debilidades, potencialidades y aspiraciones, se definen prioridades, estrategias, acciones a desarrollar y recursos necesarios.
- Expresan la política cultural teniendo en cuenta las particularidades de cada lugar.

1. Cita la autora: “estamos firmemente convencidos de que la ciencia forma parte de la cultura y del error de confinar el concepto a la creación artístico-literaria, que es lo usual. La cultura desborda esos límites, tiene que ver con todo. Por eso le da sentido al cuerpo de la nación, algo muy importante en los momentos actuales”.

Estas muestran una estrecha relación con los paradigmas de la comunicación desde la participación social en sus bases, en tanto toman en cuenta a los actores sociales, las características del escenario en que se desarrollará la experiencia y con políticas definidas, teniendo en cuenta las anteriores premisas.

Club Minerva. De “formar parte” a “tomar parte”.

Dentro de los Programas Especiales, voy a centrarme en dos de las acciones diseñadas dentro del Programa Nacional por la lectura: los Clubes Minerva, que lograron que los participantes transitaran por las tres fases, o sea: formar parte, tener parte y tomar parte, y el Concurso Leer a Martí, que logró la participación de un grupo importante en todos los análisis de género y comunicación: niños, adolescentes y jóvenes de todo el país.

Es fundado en la Biblioteca Nacional “José Martí”, el 16 de noviembre de 1997, las primeras personas en integrar esos Clubes asistieron a nivel, movilizador, debido a una fuerte labor de divulgación entre los públicos asiduos a la Institución. Transcurrido el primer año y la función, fue tomando un cariz diferente. Los Clubes fueron convirtiéndose en espacios de convergencia de muchos actores que comenzaban a tener participación en encuentros literarios, concursos y otras acciones, que al amparo de estos escenarios, fueron diseñándose por los propios asociados.

Otro interesante fenómeno, logrado con esta acción, fue la participación, no solo de los asociados, sino de sus familiares y amigos más cercanos. Los libros, que se podían alquilar, eran llevados fuera de los espacios de los Clubes, brindando la posibilidad de ser leídos por familiares y amigos. De igual manera, sucedía con la participación en la toma de decisiones sobre los programas de encuentros y concursos que estos espacios generaban, que no era potestativa de los que ostentaban la categoría de “socio del Club”, sino también de quienes les rodeaban en sus entornos familiares y de trabajo.

¿Cómo se propiciaba la comunicación en un Club Minerva? Para dar respuesta a esta interrogante, debemos explicar todo el proceso de diseño, planificación, ejecución y control de los mismos. De igual manera, vamos a intentar analizar si se cumplían las premisas necesarias para una participación social, o sea, describir los actores sociales que en ellos intervenían, sus escenarios y políticas de participación, mecanismos y estructuras, ade-

más de quienes jugaban el rol de agentes de desarrollo en esos espacios.

El Ministerio de Cultura, amparado en la política cultural de nuestro país, y tras la agudización de la crisis de los años 90, encontró en la creación del Fondo Nacional para el Desarrollo de la Cultura y la Educación (FONCE), una vía para el necesario respaldo económico y a las acciones, como las que se describen a continuación. Sus fondos fueron destinados a adquirir las primeras colecciones de libros, destinados al Club Minerva, primigenio, y ubicado en la Biblioteca Nacional “José Martí”.

Antes de la puesta en marcha de los clubes, un grupo de promotores culturales diseñaron la colección, establecieron el perfil del puesto y las competencias para ocupar la plaza del especialista que debía brindar el servicio, así como las condiciones necesarias de aseguramiento para que comenzaran y fueran sostenibles en el tiempo. La inauguración, puesta en marcha y comienzo de la acción tuvo un nivel de movilización entre los más asiduos usuarios de la Biblioteca Circulante de la Biblioteca Nacional “José Martí”. Se podía acceder a los libros por medio de una inscripción, que no se diferenciaba mucho de otros clubes similares (como los de cine, videos y otros), y así daba la posibilidad de llevar por espacio de una semana, un *best seller* a la casa. Hasta este momento, no había una estrategia de comunicación que no fuera la de entregar un libro y que éste cumpliera su función de ser divulgado al público. Dicho de otro modo el nivel de participación era el de “formar parte” en algo.²

La evaluación de la experiencia dio paso a otros niveles de participación. Los asociados fueron desempeñando un papel más activo en los clubes, en tanto aportaron ideas de encuentros con otros asociados. Así surgieron concursos y exposiciones de obras de artes de los propios asociados, además de artistas de la plástica. Todo esto, alrededor e inspirados en las obras que eran leídas. Finalmente, se elevó el nivel de participación a la de “tomar parte”³, al incidir en los procesos de nuevas selecciones de libros, materias, tipos de actividades que solicitaban los mismos asociados. La experiencia de los Clubes, fue creciendo en el país, principalmente, desde dos librerías Ateneo en la Ciudad de la Habana hasta cada biblioteca provincial del Sistema de Bibliotecas Públicas del País.

2. Niveles de participación, según José Luis Rebellato.

3. Ídem.

Tres años después, ya habían 23 clubes en todo el país, con cerca de 5 000 socios que decidían, no solamente qué tipo de actividades debían desarrollarse, sino que con sus opiniones incidieron en acciones tales como lugar dónde crear otros, qué libros se debían comprar, de qué materias, de qué autores y de qué países.

Ante la escasez de recursos económicos, factor que decide en una estrategia de participación social como ésta, el nivel superior de participación, o sea, “tomar parte”⁴ fue decisivo para darle continuidad a estos ámbitos públicos tan reclamados por los amantes de la lectura y del conocimiento.

Fue así que surgieron los clubes de intercambio de colecciones particulares, aprovechando los mismos espacios físicos de los Clubes Minerva, como escenarios ideales para continuar facilitando los procesos comunicativos entre personas de diversas formaciones culturales, profesionales e incluso, distintos grupos etarios.

Los Clubes Minerva, con excepción de dos librerías, como apuntamos anteriormente, se montaban, evaluaban y ejecutaban sus acciones, bibliotecas públicas, fundamentalmente, en las áreas de préstamos de libros, o en las salas circulantes, de aquellas con mayores volúmenes en sus colecciones. El mecanismo también estaba reglamentado. Este normaba que el servicio estaba dirigido a todos los públicos de las bibliotecas, y cito: “...trabajadores y estudiantes, profesionales o técnicos, pensionados o amas de casa, de mejor o peor condición económica...” quienes alquilaban el libro por un simbólico precio de \$ 1,00 peso, y daba derecho a tenerlo por una semana. Al devolverlo, el usuario comentaba el libro, hacía una sinopsis del mismo a la especialista que atendía el Club, dejaba patente su satisfacción o no, con el mismo o cualquier otro dato que sirviera para mejorar el servicio posterior que se diera con el mismo ejemplar.

Otro elemento a destacar y que garantizaba un fluido proceso de comunicación entre el especialista que daba el servicio y, quien lo recibía era la importancia que se daba a la designación del personal para ocupar la plaza. Esta persona debía, además de tener una correcta educación formal, ser un ávido lector y comunicador, pues era quien actuaba —otro elemento imprescindible en los procesos participativos— como agente de desarrollo del Club. Era receptor de todas las opiniones de los usuarios, coordinaba las reuniones entre

asociados, estudiaba la colección para dar referencias sobre la misma, podía proponer acciones de promoción relacionadas con los Clubes, y era el enlace entre las áreas comerciales y/o de relaciones públicas para influir en la adquisición de nuevos fondos.

Aunque la experiencia, soportada en las disciplinas de la comunicación, no perduró en todos los espacios creados, los fondos que aún existen pasaron a las salas circulantes de las bibliotecas públicas, y deberán seguir cumpliendo el sueño de sus autores de que alguien navegue por sus páginas y así apropiarse de un saber que les hará ser, al decir de nuestro José Martí, personas más libres en tanto más cultas.

Concurso Leer a Martí. Sacando la enseñanza fuera de las aulas.

Traer a José Martí, y cuanto él significa para la identidad de nuestro país, en medio de precarias condiciones económicas, fue otra acción diseñada al amparo del Programa Nacional por la Lectura y merece un análisis por los niveles de participación, tanto de movilización como de concertación, logrados en los años 90 y hasta la actualidad.

Una vía eficaz para convocar a grandes grupos de niños, adolescentes y jóvenes, alrededor de una misma temática es, sin dudas, la realización de concursos. Con este principio surge la idea de convocar, a nivel nacional, al Concurso “Leer a Martí”.

Sus primeras convocatorias siempre se realizaron en el mes de Enero, este evento estuvo dirigido a dos grupos etarios: niños del nivel primario y adolescentes de la educación secundaria. Estas incluían tanto a educación general como especial.

El mensaje de este concurso, además de movilizar a los niños y adolescentes a pensar, leer y escribir a Martí, fue y es —sin dudas— un homenaje de las nuevas generaciones a la vida y obra de nuestro Apóstol.

En las siguientes convocatorias, desde la primera en el año 1998, se sumaron los estudiantes de la enseñanza preuniversitaria con lo que, en las primeras ocho ediciones, se alcanzó la cifra de participación de 3 688 749 niños, adolescentes y jóvenes de los diferentes niveles de enseñanzas.⁵

4. Ídem.

5. Solo pudimos acceder a este dato, pero es representativo de la movilización que ha logrado en todo el país esta estrategia de participación. Tomado de <http://www.cubaeduca.cu>

Dos ministerios de nuestro país: el de Cultura y el de Educación concertaron todo el programa. Ambas organizaciones tienen entre sus políticas líneas encaminadas a precisar desde estrategias de comunicación, procesos de transmisión y recepción de ideas, así como de información y mensajes que se evidencian en los logros del sistema educativo y cultural cubano, donde se forma identidad, se acumulan conocimientos, y se forman conceptos de identidad y cultura, tomando como eje intelectual al pensamiento de Martí.

Continuando con el análisis de las premisas, debemos destacar que la estructura y mecanismos de ambos ministerios fueron ideales para que la comunicación fluyera vertical y horizontalmente, llegando a cada escuela primaria, secundaria, preuniversitario del país, así como a centros pioneros y culturales. Todas estas estructuras tuvieron que mantener una fluida comunicación entre sí y con los organizadores del Concurso, a niveles municipal, provincial y nacional. Los trabajos presentados eran enviados a un Jurado provincial que seleccionaba a los mejores. Estos son valorados, por personalidades de la Educación y la Cultura de nuestro país – y los ganadores son premiados en el mes de abril de cada año en la sede de la Biblioteca Nacional “José Martí”.

Desde el punto de vista conceptual, pensamos que este concurso logró comunicación a nivel social, en tanto logró la inserción de grandes cantidades de individuos en un hecho masivo alrededor de la cultura, sin que mediaran pautas como las que establecen las relaciones maestro-alumno o profesor-estudiante en el ámbito “cerrado” de las aulas, donde las relaciones de poder son las de los primeros diciendo a los segundos qué hacer, qué leer, qué estudiar, sino que logra sacar a esos individuos (los segundos), a un escenario de inserción en una relación más compleja donde convergen maestros y profesores.

Aunque distante de un análisis de relaciones de poder en el ámbito político hay concepciones que apoyan lo planteado, como el de Luiz C. Martino en su obra *Elementos para una epistemología de la Comunicación*, documento con puntos de contacto con lo logrado por la acción del Programa Nacional por la Lectura. Donde el investigador esboza:

“...esto que llamamos hoy comunicación social, además de implicar un ajuste nuevo de la cuestión de la transmisión de información inaugura una forma inédita de relaciones entre la comu-

nicación y la organización social: ya no se trata del soberano o del estado para con sus súbditos (orden administrativo), tampoco de los hombres en relación con la divinidad (orden religioso), cuestiones que dominaron el sentido de la comunicación en las sociedades primitivas o clásicas, sino del problema sui géneris de la inserción del individuo en la cultura de masas y en la sociedad compleja”.

Otro momento del Concurso propicia, cada mes de abril, la comunicación —vista como relaciones humanas— entre los premiados, los que premian y quienes tienen la tarea de decidir los ganadores. Durante una semana, se desarrolla un programa que permite el intercambio de opiniones, e incentiva intereses y motivaciones que lleven al intercambio entre los actores del evento. A éste le siguen visitas a centros culturales, sociales y recreativos, entre los que destacan la Casa Natal de José Martí, el Museo Nacional de Bellas Artes, el Museo de la Revolución y el Museo de Historia Natural. En dependencia del financiamiento que apoya la convocatoria, los ganadores visitan otros centros que despiertan interés, y conllevan a seguir profundizando en el arte, la cultura, la historia y la ciencia, como metas a alcanzar por los futuros profesionales cubanos.

Conclusiones

Finalizamos con una reflexión a modo de arista problemática. Muchos esfuerzos que se realizan en el país por desarrollar planes, o alcanzar ciertos objetivos, carecen de una visión y estrategia comunicacional que derive en la imprescindible sinergia entre quienes tienen el deber y el poder para llevarlos a cabo. Una de las posibles causas es que no se organiza el trabajo por Programas Territoriales, sean estos de alcance nacional, provincial, u otros, sino porque sean coherentes, concebidos y concertados, desde su mismo comienzo, por los actores y decisores que en ellos participan. No se logra una verdadera participación, sin tener en cuenta sus premisas, tales como la definición de los actores sociales, políticas, el estudio de los escenarios donde se deben llevar a cabo las acciones, si existen o no las condiciones y los aseguramientos de cada momento de su ejecución, son parámetros a cumplir. ■

Recibido: junio de 2015

Aceptado: septiembre de 2015

Bibliografía

Diario de Centro América. (2014) Recuperado de: <http://www.dca.gob.gt/index.php/section-table-2/item/1717-la-imprenta-y-la-comunicaci%C3%B3n.html> Recuperado el 14 de mayo de 2014

Durán Rodríguez, Manuela. (2014) *La imprenta: renovadora de la comunicación.* Recuperado de: <http://www.rppnet.com.ar/historiadelaimprenta.htm> Recuperado el 14 de mayo de 2014

Linares, Herrera, M. P.; Santovenia Díaz J. R. (2012). *Buenas Prácticas: Comunicar e Informar.* Editorial Academia, La Habana, Cuba

Matute, Miguel A. (2001) *et al.* La alfabetización: El gran salto cultural cubano. Santiago (92):2001

Ortega González, Diosnara. *En busca de una política cultural en la transición socialista.* Recuperado de: http://www.perfiles.cult.cu/articulos/3_en_busca.pdf?article_id=187 Recuperado el 14 de mayo de 2014

Perera López, Danays. (2000) Club Minerva. Una experiencia de Clubes Lectura en Cuba. *Rev. Educación y Biblioteca*, España. No. 117, 2000: (42-43).

Programa Nacional por la Lectura. Recuperado de: http://www.ecured.cu/index.php/Programa_Nacional_por_la_Lectura Recuperado el 14 de mayo de 2014

Primer encuentro de clubes de lectura. *Biblioteca Pública del Estado de Guadaluajara* Recuperado de: http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/118640/1/EB12_N113_P4-12.pdf Recuperado el 14 de mayo de 2014

Rebellato, José Luis. (2004). *Horizontes éticos en la práctica social del educador.* Recuperado de: <http://www.inau.gub.uy/biblioteca/rebellato%20horizontes.pdf> Recuperado el 14 de mayo de 2014

Red regional de responsables de políticas y planes Nacionales de lectura. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/A5BB66FDE2DB87D-00525792800594C70/\\$FILE/1.Descripcion_general_PNL_Cuba_09.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/A5BB66FDE2DB87D-00525792800594C70/$FILE/1.Descripcion_general_PNL_Cuba_09.pdf) Recuperado el 14 de mayo de 2014

Rodríguez Guerra, Ingrid. *Participación ciudadana: nuevo espacio de socialización.* Accesible en: <http://www.monografias.com/trabajos18/nueva-participacion-ciudadana/nueva-participacion-ciudadana>.

shtml Consultado el 14 de mayo de 2014. Recuperado el 14 de mayo de 2014

Schiefelbein, Sánchez y Galván. Características de la educación y el analfabetismo en siete países de América Latina (pag.101). Recuperado de: http://www.cee.iteso.mx/BE/RevistaCEE/t_1983_1_04.pdf Recuperado el 14 de mayo de 2014

Tercer encuentro de responsables de políticas y planes nacionales del libro y la lectura Santiago de Chile, 2009 Recuperado de: http://www.cerlalc.org/redplanes/Planes/Cuba/PNPL_3erEncuentro_Redplanes_09Cu.pdf Recuperado el 14 de mayo de 2014

Martínez Rubio, Daymaris. (2012) Pienso, ¿luego existo? En *Revista Juventud Técnica.* Enero-Febrero, 2012: 12

Zabala Argüelles (2015). Procesos de inclusión social desde la perspectiva de actores sociales en un barrio de la capital cubana, cita a Rebellato, J.L. (2005). La participación como territorio de contradicciones éticas. En: Hernández, C.N., Trabajo Comunitario: Selección de Lecturas. La Habana: Editorial Caminos Recuperado en www.revflacso.uh.cu/index.php/flacso/article/download/135/153